

**ANALISIS PENGARUH *DISPLAY*, *SIGNAGE* DAN *IN-STORE MEDIA* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN
DI LUWES KARTASURA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ANGGRAENI RETNONINGRUM
B 100120370

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
TAHUN 2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**“ANALISIS PEEGARUH DISPLAY, SIGNAGE DAN IN-STORE MEDIA
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN DI LUWES
KARTASURA”.**

Yang disusun oleh :

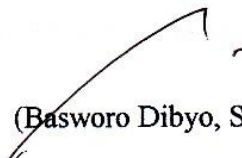
ANGGRAENI RETNO NINGRUM

B100120370

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima

Surakarta, Januari 2016

Pembimbing Utama


(Basworo Diby, SE, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ANGGRAENI RETNONINGRUM**
NIM : **B 100120370**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **"ANALISIS PEEGARUH *DISPLAY, SIGNAGE* DAN *IN-STORE MEDIA* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN DI LUWES KARTASURA"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **Januari 2016**

.....
.....g membuat pernyataan,



ANGGRAENI RETNONINGRUM
.....

MOTTO

”Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Terjemahan QS. Al-Baqarah : 286).

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”
(Andrew Jackson)

“Tidak ada harga atas waktu, tetapi waktu sangat berharga. Memiliki waktu tidak menjadikan kita kaya, Tetapi menggunakannya dengan baik adalah sumber dari semua kekayaan
(Mario Teguh)”

“Satu-satunya cara melakukan sebuah pekerjaan yang luar biasa adalah dengan mencintai apa yang saat ini tengah anda kerjakan”.
(steve jobs)

“Kunci untuk mewujudkan mimpi adalah berfokus dengan tidak hanya kesuksesan tapi juga maknanya. Maka kemudian, bahwa langkah-langkah kecil dan kemenangan kecil disepanjang jalan yang anda jalani akan bermakna besar”
(Oprah Winfrey)

“Setiap hari kita terlahir lagi dan apa yang kita kerjakan hari ini adalah yang paling penting”
(penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- ◆ Allah SWT yang telah memberikan kesempatan ini dalam segalanya
- ◆ Ayah dan Ibu Suprpto dan Titin sulastinah yang selalu meberikan doa, nasehat, bimbingan, cinta kasih serta motivasi yang tiada henti untukku.
- ◆ Kakakku Ariyo Jehan Pranata dan Inayahtul Azizah yang selalu memberikan semangat, motivasi, bimbingan dan kasih sayang yang tiada henti untukku agar dapat menyelesaikan kuliah.
- ◆ Adek-adeku Alaidha Chintia Devi dan Adelia Safitri yang selalu memberiku semangat agar cepat lulus.
- ◆ Keluarga besarku kalian selalu mendukung untuk selalu tidak menyerah dan sabar menghadapi masalah apapun.
- ◆ Calon pendamping hidupku calon imamku kelak yang aku cinta dan sayang yang akan menemani dan mengisi hatiku sampai ahkir hayat.
- ◆ BGD Dini, Nurina, Fauriza, Susana yang selalu menghibur, membantu, semangat yang positif dalam keadaan apapun selama menempuh kuliah

- ◆ Sahabat-Sahabatku kost kuning teman berbagi keluh kesah,
susah senang menemani hari-hariku Ella Karisma Putri,
Criantika Parama, Mega Widyadara, Amalia Dika, Sheila,
Mila, Yuyun, Fajar, Lina, Sunjawa Alif, Putri.
- ◆ "Teman-Teman Seperjuangan dan Seangkatan FEB 12"
- ◆ Pengalaman terbaikku,terimakasih untuk kebersamaannya
teman,semoga ikatan sahabat tak kan selesai sampai disini.
- ◆ "Almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta"

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *DISPLAY, SIGNAGE* DAN *IN-STORE MEDIA* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN DI LUWES KARTASURA ”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus S, SE., M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Basworo Dibyo, SE., M.Si., selaku pembimbing dari skripsi ini yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada penulis.
4. Ibu Wafiatun Mukharomah, Dra. MM., Dosen selaku bimbingan akademik yang telah sabar membimbing dan mengarahkan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.

5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah serta kakak dan adik-adikku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Saudara-saudara saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
8. Teman-teman seangkatan 2012 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
9. Seluruh Responden yang telah membantu jalannya proses pembuatan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Januari 2016

Penulis

(ANGGRAENI RETNONINGRUM)

ABSTRAKSI

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Display*, *Signage* dan *In-Store Media* terhadap perilaku Pembelian Konsumen di Luwes Kartasura.

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, dengan populasi seluruh konsumen yang berbelanja dan mengunjungi Luwes Kartasura dengan usia di atas 17 tahun, diambil sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuesioner dengan skala likert.

Berdasarkan Analisis Regresi linier Berganda diketahui bahwa nilai konstanta bernilai positif yaitu sebesar 0,495. Hal ini menunjukkan bahwa apabila keadaan tidak ada variabel independen *display*, *signage* dan *in-store media* maka perilaku pembelian konsumen akan tetap tinggi.

Berdasarkan hasil uji t bahwa variabel *Display* diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,080 \geq 1,985$), variabel *Signage* diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,634 \geq 1,985$) dan *In-Store Media* diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,366 \geq 1,985$) maka hal ini menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen. Hasil uji f diperoleh f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($38,168 \geq 2,76$), maka H_0 ditolak berarti secara bersama-sama variabel-variabel *display* (X1), *Signage* (X2) dan *In-Store Media* (X3), berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen (Y) dan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh R square sebesar 0,544 berarti variasi perubahan variabel perilaku pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel *Display* (X1), *Signage* (X2) dan *In-Store Media* (X3) sebesar 54,4%. Sedangkan sisanya sebesar 45,6% di jelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata kunci : *Display*, *Signage* dan *In-Store Media* dan Perilaku Pembelian Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of Display, Signage and In-store Media on consumer buying behavior in Luwes Kartasura.

The type of research is a quantitative research, which population taken from consumers with age above 17 years old who visit and shop at Luwes Kartasura, taken as many as 100 people. The sampling using purposive sampling technique that is sampling with certain criteria. The technique of data collection through a questionnaire with Likert scale.

Based on Regression Linier Analysis knowed that the constanta's value is positive 0,495. It shows if no situation of independent variables Display, Signage and In-Store Media the consumer buying behavior will staying high.

Based on the results of t-test that variable Display acquired T-count is bigger than the table ($2.080 \geq 1.985$), variable Signage acquired T-count is bigger than the table ($4.634 \geq 1.985$), In-Store Media acquired T-count is bigger than the table ($2.366 \geq 1.985$) so it shows positive and significant influence on consumer buying behavior. The results of f-test obtained f-count is bigger than f-table ($38.168 \geq 2.76$), than H_0 is rejected, it means Display variable (X1), Signage variable (X2) and In-Store Media variable (X3) influence on consumer buying behavior (Y) and based on the result of the test determination coefficient obtained R Square 0.544. It means the variation of variable change consumer buying behavior can be explain by Display variable (X1), Signage variable (X2) and In-Store Media variable (X3) by 54,4%. While the remaining 45,6% is explain by other variables outside the model.

Keywords: Display, Signage, In-Store Media and Consumer Buying Behavior.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Bauran Pemasaran.....	8
B. Point of purchase advertising/POP advertising.....	11
1. Arti POP Advertising.....	11
2. Bentuk-bentuk Dasar POP Advertising.....	12
3. Klasifikasi Material POP Advertising.....	14
4. Fungsi POP Advertising.....	15
5. Peran POP Advertising Dalam Alur Komunikasi.....	16
C. Perdagangan Ecer.....	18
D. Perilaku Pembelian Konsumen.....	21
E. Penelitian Terdahulu	26

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Kerangka Pemikiran.....	28
	B. Hipotesis.....	29
	C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	30
	D. Sumber Data.....	31
	E. Metode Pengumpulan Data.....	32
	F. Definisi Operasional Variabel.....	33
	G. Metode Analisa Data.....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Sejarah Berdirinya dan perkembangan.....	43
	B. Analisis Diskriptif Responden.....	51
	C. Analisa Validitas dan Reliabilitas.....	56
	D. Analisis Data.....	60
	E. Pembahasan.....	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	70
	B. Keterbatasan Penelitian.....	71
	C. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Formula AIDMA Pada POP Advertising.....	17
Tabel 4.1 Distribusi Responden berdasarkan kuesioner	52
Tabel 4.2 Distribusi Responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.3 Distribusi Responden berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4 Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Tabel 4.5 Distribusi Responden berdasarkan Penghasilan Bulanan	56
Tabel 4.6 Validitas Butir Variabel <i>Display</i>	57
Tabel 4.7 Validitas Butir Variabel <i>Signage</i>	58
Tabel 4.8 Validitas Butir Variabel <i>In-Store Media</i>	58
Tabel 4.9 Validitas Butir Variabel Perilaku Pembelian Konsumen.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel-variabel Penelitian.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	23
Gambar 3.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Luwes.....	45
Gambar 4.2 Proses Suplay Barang.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Jawaban Responden
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reliabilitas
5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda